3e series

(*effort, efficiency, encourage*)

Optimalisasi Tim Kerja Dalam Pengembangan Pasar Usaha

Kaliuda as a Pride

duaJalur management by Tubagus EG, R.

Daftar Pembahasan:

If words can no longer bring us together, to the time I entrust these strokes of words so that when you have time so you can love me even though we are in different realms.

dJidot

one prayer in a billion full moons

land of gods

Pengantar

Optimalisasi Kaliuda adalah memanfaatkan kinerja tim pada era digitalisasi di tengah pandemi melalui kolaborasi tim pada generasi ketiga yang selanjutnya akan saya sebutkan sebagai generasi ThaTha (Thalia & Thania). Dimana Kaliuda dituntut untuk menata ruang media yang ada sebagai potensi pasar melalui *Key Performance Indicators Sales*[1].

Dengan menggunakan prinsip pertumbuhan usaha melalui penambahan unit layanan dari bagian proses kerja yang telah ada menjadi sumber pemasukan aktif untuk semakin mendukung performa usaha utama sebagai bisnis intinya. Sehingga sayap usaha tersebut menjadi rentetan multiflying effects yang semakin memperkuat posisi perusahaan di dalam pasar tanpa mengganggu dan membebani perusahaan. Atau dengan kata lain, tim perusahaan tidak perlu melakukan pemecahan konsentrasi untuk menjalankan rangkaian sayap usaha-sayap usaha tersebut. Tim perusahaan selayaknya melakukan proses kerja rutin yang memang menjadi bagian dari kebutuhan perusahaan secara normal.

What is Kaliuda

Diawali dengan mengenal apa itu yang disebutkan sebagai Kaliuda; adalah sebuah paket kolaborasi usaha dengan bisnis utama furniture yang terdiri dari:

- **Kaliuda Gallery** :
  Toko dan bengkel kerja produk furniture dan pelengkapnya yang memiliki basis offline di Jl. By Pass Ngurah Rai 107, Suwung Kauh, Denpasar Selatan, Bali dan sekaligus berfungsi sebagai kantor utama serta lokasi alamat tim bersama, serta memiliki media publikasi web maupun media sosial digital.
- **Uma Adi Selaras** :
  Tim desain arsitektur dan interior pada setiap produk yang dihasilkan dan ditawarkan oleh Kaliuda gallery serta memiliki media publikasi web yang berada di subdomain www.kaliudabali.com maupun media sosial digital.
- **LineTone** :
  Media publikasi produk maupun layanan tim berbentuk buletin informasi serta memiliki halaman media sosial digital.

[1] *Key Performance Indicators Sales* lihat pada **daftar literasi**.

Who Is Kaliuda

Sekarang mari kita kenali siapa itu Kaliuda, tentang personil, bidang ilmu dan tugas-tugasnya dari setiap anggota tim sebagai berikut:

1. Fenny Laurens : pemilik sekaligus pemimpin Kaliuda gallery yang akrab disapa dengan panggilan mami atau Cece dan memiliki nama samaran Yanti ini telah menghantarkan perusahaan lebih dari 15 tahun dalam melayani pasar domestik maupun internasional. Memiliki insting kuat akan pola trend budaya setiap pelanggan yang diperkuat dengan keahliannya di bidang akuntansi dan terus menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi.
2. Thalia Lawrence : pewaris usaha mami Fenny dan pendiri Uma Adi Selaras yang kini menangani pelanggan khususnya untuk proyek interior sesuai bidang ilmu pendidikannya, aktif melakukan interaksi sosial menggunakan media digital untuk mempromosikan update produk terbaru kepada pasar.
3. Dea Arianti Prabaningtyas : arsitek muda yang juga menekuni bidang web serta platform media sosial digital dalam rangka mengembangkan pengelolaan LineTone ini aktif melakukan campaign produk dan layanan tim baik secara on site maupun secara online.
4. Nathania Lawrence : ahli teknik informatika yang kini mulai aktif bergabung dalam tim setelah lulus dari kuliah, membantu mami dan cece'nya dalam bidang penerapan dan pengenalan penggunaan teknologi pada sistem informasi serta alur berbagi data di sistem kerja tim selain membantu pengambilan gambar produk hasil kerja tim.

Where is Kaliuda

Kini mari kita lihat dimana itu Kaliuda bisa ditemukan.

- On-Site, berbentuk bangunan nyata:
    - ☐ Lokasi dan Alamat Surat:
      Toko **Kaliuda gallery**
      JL. By Pass Ngurah Rai 107, Suwung Kauh, Denpasar Selatan
      Denpasar, Bali - 80221
      Indonesia
    - ☐ Kontak Telepon dan Perpesanan:
        - Umum : +62 361-724460
        - Marketing : +62 853-3370-2913
        - Konsultasi : +62 856-4025-0380
    - ☐ Surat Elektronik:
      info@kaliudabali.com

uas@kaliudabali.com
linetone@kaliudabali.com

- Online, secara data digital di dunia maya:
  - Website :
    Utama : www.kaliudabali.com
    UAS : uas.kaliudabali.com
    LineTone : linetone.kaliudabali.com
  - Media Sosial :
    - Kaliuda Gallery : berisi tentang produk furniture dan dokumentasi serta info kegiatan Kaliuda gallery.
      Facebook : **kaliuda.gallery**
      Instagram : **kaliudagallery**
    - Uma Adi Selaras : berisi tentang proses dan hasil desain serta info event tim Kaliuda.
      Facebook : **umaadiselaras**
      Instagram : **umaadiselaras**
    - LineTone : berisi tentang produk knowledge furniture, interior maupun desain serta info kegiatan tim Kaliuda.
      Facebook : **linetonemagazine**
      Instagram : **linetonemagazine**

Why Kaliuda

Setelah mengenali potensi dari tim Kaliuda, kini mari kita gali potensi peluangnya dengan membuat daftar rangkuman potensi, sebagai berikut:

- **Daya Saing Perusahaan**: Tim terdiri dari personil yang memiliki pondasi kecakapan bidang ilmu pendukung terapan usaha sampingan dalam rangka peningkatan bisnis inti perusahaan, produk furniture, yaitu: produk yang bisa disesuaikan dengan permintaan pasar, layanan konsultasi rancang desain dan tata ruang, serta media publikasi sebagai dokumen informasi terkini bagi pelanggan.
- **Trust dan Loyalitas**: Masing-masing divisi usaha dikelola secara mandiri namun tetap tersinkronisasi dengan solid secara alur sistem sehingga sangat jelas dan mudah melakukan koordinasi dalam memaksimalkan pelayanan kepada pelanggan, sebagai keunggulan sistem satu atap yang membuat pelanggan memiliki kesempatan mendapatkan kepuasan lebih besar dari perusahaan lainnya, dimana ini akan membantu tim untuk mengelola kepercayaan serta kesetiaan pelanggan kepada produk tim Kaliuda.

- **Perluasan Jangkauan Pasar**: Dengan penguasaan tim terhadap trend pasar, penguasaan teknologi digital, dan sistem kerja yang saling menunjang dan terkoordinasi, tim dapat lebih mudah mempengaruhi pasar atau bahkan menggiring trend opini publik hingga perusahaan bisa menjadi garantor maupun harapan sebagai layanan satu atap (one stop solution).

Dengan demikian, inti usaha tidak berubah bahkan tidak perlu dihilangkan, namun sebagai pembuka jalur usaha baru yang lebih bersifat melengkapi layanan dari produk utama seperti halnya garansi purna jual. Pada akhirnya, perusahaan bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan era untuk diwariskan dari generasi ke generasi tanpa mengekang dan menjadi beban warisan bagi ahli warisnya.[2]

When to Action

Dari paparan di atas kita sampai pada hal tentang ketepatan waktu kapan saat yang tepat untuk melakukan optimalisasi tersebut.

Seringkali, patokan 'as soon as possible' kita artikan sebagai hal yang terburu-buru, padahal sebenarnya lebih kepada sesegera mungkin karena dalam dunia usaha, momentum itu sangat vital mengingat istilah 'time is money', tak ada waktu untuk keragu-raguan. Jadi untuk memastikan sebuah waktu adalah momentum yang tepat, kita bisa menggunakan parameter kesiapan komponen utama dari langkah awal prosesnya. Dalam hal ini, tim Kaliuda sudah bisa mulai. Lalu bagaimana melakukannya?

How to Running

Bila secara parameter, komponen tim yang dibutuhkan, sudah memenuhi syarat utama rencana pengembangan usaha. Tim Kaliuda harus bisa melakukan koordinasi dengan duduk bersama untuk menyusun time-table dan pembagian tugas pokok serta alur kerja sebagai misi masing-masing divisi sebagai akselerasi pencapaian visi bersama dari tim Kaliuda.

[2] *Catatan dalam Tumblr:* ***Beban Generasi Pewaris***

Jobs Description

Dalam pertemuan koordinasi, ada baiknya dijelaskan kembali tentang tugas pokok divisi, contohnya seperti berikut:G

- Ibu Fenny Laurens:
    - Tugas Pokok:
        - Menyelenggarakan **pertemuan rutin** bulanan sebagai tahap **evaluasi** bulan berjalan sekaligus menentukan **target** bukan berikutnya.
        - Menentukan pilihan **tema produk,** sasaran **pangsa pasar**, **event** dan **gimik** serta hal lain yang tidak menemukan kesepakatan dalam tim.
        - Menentukan **harga beli,** harga **jual terendah** dan **harga** jual **normal** setiap produk yang akan ditawarkan selama **sebulan** ke depan.
        - **Meminta paparan** laporan **pertanggungjawaban keuangan** dan **target** kerja maupun kinerja yang terjadi secara kondisional, **rencana anggaran**[3], serta **rencana kerja sebulan** kedepan dari **setiap divisi**.
        - **Menegakkan disiplin** tugas, tanggung jawab, hak dan prosedur proses kerja yang telah ditetapkan dalam **perusahaan**.
    - Kewajiban Tambahan:
        - Mencari **jaringan** partner kerja dan pelanggan.
        - Mencari inovasi dan **keragaman** produk.
        - Melakukan pelatihan dan **pembinaan** staf manajemen menengah (level supervisor/penanggung jawab ke atas)
- Ms. Thalia Lawrence:
    - Tugas Pokok:
        - **Menindaklanjuti prospek** pelanggan (konsumen maupun calon konsumen) terutama **proyek** paket **interior**.
        - **Memberikan masukan** tentang **tema** bulanan, **target** produk, **kegiatan** promosi, dan sasaran **area pemasaran** dalam maupun luar negeri kepada tim.
        - Mengingatkan tim untuk aktif membagikan **informasi** kegiatan kepada **jaringan pertemanan** melalui media sosial masing-masing.
        - **Menyusun laporan pertanggungjawaban** keuangan dan target bulanan.
        - Merancang rencana divisi dan **anggaran belanja** bulanan.
        - Bersama mama Fenny menentukan **syarat dan ketentuan** masing-masing produk sesuai kategori **beban** yang disarankan,

---

[3] *Setiap Rencana Anggaran Belanja disesuaikan berdasarkan ketersediaan anggaran maupun sebagai target kerja tim.*

ketahanan material terhadap cuaca, **resiko** pengiriman, serta kemungkinan **pembuatan** pengganti bagian perbaikannya sebagai acuan garansi paska penjualan untuk bisa dipublikasikan oleh bagian media.

- Kewajiban Tambahan:
    - Membangun tim divisi marketing melalui rekrutmen **partnership program** yang telah dirancang oleh perusahaan dalam rangka perluasan jangkauan pelayanan pasar perusahaan.
    - **Mengikuti kegiatan** pameran, diskusi dan grup komunitas desain kreatif maupun properti secara on-site ataupun online.
    - **Merancang paket hemat interior** untuk rumah tinggal, kantor atau instansi kelembagaan (sekolah, tempat kursus, dlsb.) serta toko (gerai, restoran, unit demo dan etalase) untuk memperbaharui katalog paket interior.

- Ms. Dea Arianti Prabaningtyas:
    - Tugas Pokok:
        - **Menindaklanjuti prospek pelanggan** (konsumen maupun calon konsumen).
        - **Memberikan masukan serta merancang tampilan** tentang tema bulanan, target produk, kegiatan promosi, dan masukkan sasaran area pemasaran dalam maupun luar negeri kepada tim.
        - **Menyusun konten unggahan** promosi yang akan dibagikan oleh anggota tim Kaliuda berupa infografis untuk masing-masing berita dengan format :
            - 1 ukuran post/feed Instagram.
            - 1 ukuran story/kabar profil Instagram.
            - 1 **artikel** blog pada di web utama Kaliuda untuk dibagikan melalui halaman Facebook serta artikel pengisi **buletin** elektronik LineTone maupun sebagai tautan pada caption media sosial tim baik story ataupun feed post Instagram, Facebook ataupun WhatsApp.
            - 1 kategori promo khusus pada tawaran toko web utama Kaliuda agar bisa dibuat tautan khususnya untuk dibagikan sebagai info tautan pada unggahan di setiap halaman media sosial resmi maupun pribadi anggota tim Kaliuda, jika informasinya berupa **penawaran produk**.

- Menyusun **laporan pertanggungjawaban** keuangan dan **target** bulanan.
- Merancang **rencana** divisi dan **anggaran** belanja bulanan.
- **Menyiapkan template iklan** mitra berikut **harga paket** penayangannya pada buletin elektronik LineTone dan atau web utama Kaliuda sebagai pemasukan biaya operasional serta pemeliharaan web serta media sosial resmi Kaliuda.
- **Mempublikasikan penawaran pemasangan iklan** sesuai daftar harga paket dan kategori mitra kepada mitra lama maupun mitra baru dan umum.

- Kewajiban Tambahan:
  - **Membantu pencatatan serta rekapitulasi** diskusi dan keuangan tim menggunakan dokumen serta aplikasi yang telah disiapkan oleh divisi IT.
  - **Berkoordinasi** dan memberikan arahan kepada **divisi IT** tentang kebutuhan dokumentasi (form dan folder data sharing) maupun sistem aplikasi bantuan baik untuk pencatatan data (misal: akuntansi, inventori, payroll) serta progres pengerjaan produk, hingga sistem alur informasi komunikasi antar tim ataupun tim dengan pelanggan juga para mitra pengrajin (CRM).
  - Membuat **daftar paket iklan** lengkap dengan masa tayangnya hingga syarat ketentuannya baik untuk pemasangan di situs resmi Kaliuda maupun di halaman LineTone dengan menggunakan ukuran maupun parameter yang didukung pada situs resmi Kaliuda serta mempublikasikannya melalui halaman LineTone, surat penawaran kerjasama, media sosial digital tim dan situs resmi Kaliuda.

- Ms. Nathania Lawrence:
  - Tugas Pokok:
    - **Mempersiapkan** segala sistem **alur informasi** (seperti form serta Drive) dan **komunikasi** tim (semacam CRM).
    - Memberikan **masukan** tentang aplikasi baru baik sebagai **upgrade** sistem maupun teknologi baru kepada tim.
    - **Mengingatkan** tim untuk aktif **membagikan informasi** kegiatan kepada jaringan pertemanan melalui media sosial masing-masing.
    - Menyusun **laporan pertanggungjawaban** keuangan dan **target** bulanan.
    - **Merancang rencana** divisi dan **anggaran** belanja bulanan.

- Kewajiban Tambahan:
  - **Memberikan bantuan dan pembelajaran** tentang penerapan sistem maupun teknologi yang digunakan dalam perusahaan kepada tim.
  - Memberikan masukan **solusi teknologi terkini** yang ada di pasar dunia maupun lokal kepada tim terutama Mrs. Fenny sebagai direktur.
  - Membangun **sistem data informasi dan komunikasi terpadu** untuk mencapai **autonomous** alur kerja perusahaan dalam rangka pelaksanaan **SOP**.

Standar Operasional Prosedur

Untuk menghindari kelalaian tugas dan benturan kepentingan antara divisi dalam rangka menjaga kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, perlu diatur sebuah sistem pedoman pelaksanaan kerja seperti contohnya, sebagai berikut:

- Pembelian dan Pemesanan Produk
  - **Barang Stok**:

    Tim bertindak sebagai kurator yang menilai;
    - layak tidaknya suatu produk untuk dibeli dengan mempertimbangkan :
      - [ ] ketersedian produk di pasar.
      - [ ] keunikan produk sejenis yang ada di pasar.
      - [ ] selisih harga beli dari harga jual rata-rata produk sejenis di pasar.
    - trend desain pasar.
    - umur ketahanan produk dalam katalog daftar belanja konsumen.
    - kategori pasar yang menjadi sasaran produk baik rentang usia konsumen, gender hingga kondisi budaya pasar (kota besar atau pinggir kota, asia atau eropa, juga agama).
    - dan yang paling penting: kondisi produk itu sendiri, baik mutu serta legalitas pengadaannya maupun penjualannya hingga ekspor.

    Hal ini juga berlaku untuk produk yang merupakan desain kreatif tim yang terinspirasi oleh produk lain.

    Setelah produk dilakukan pembelian maupun pembuatan, harus dilakukan dokumentasi secara rinci tentang gambar tampilan, kode barang, asal produksi, harga modal, info kontak (penyedia produk atau penjual part materialnya), serta material alat bantu penjualan baik infografis, artikel hingga katalog agar bisa segera didelegasikan kepada bagian toko maupun divisi pemasaran.

- **Barang Contoh**:
  Tim menyeleksi setiap produk contoh dari setiap penjual yang akan melakukan kerjasama penjualan sebelum menempatkan ke dalam galeri toko maupun secara online meliputi ketersediaan serta perputaran produk di pasar, dan bila diperlukan melakukan gubahan baik, bentuk, pola ataupun material bahan sesuai analisa kebosanan pasar yang pelaksanaannya bisa menggunakan konsep **'Rantap'**[4]. Ada baiknya melakukan rekapitulasi pernyataan yang ditandatangani oleh penjual atas segala kondisi yang dijanjikannya sebagai dokumentasi. Kemudian lakukan dokumentasi produk serta persiapan alat bantu penjualannya (infografis, artikel maupun katalog) untuk diteruskan ke bagian pemasaran.
  Pilih lokasi yang tepat untuk meletakkan produk sesuai kategori yang terkait.

- **Repeat Order**:
  Tim menghitung dengan seksama antara jumlah ketersediaan dengan trend permintaan pasar akan setiap produk yang akan dilakukan penambahan stok.
  Lakukan pemesanan produk kepada pengrajin yang sesuai (pengrajin aslinya maupun alternatif).
  Ketika produk tiba cek kondisi produk (pola, ukuran, dan mutu bahan) untuk memilah bila ada produk yang harus di-reject.
  Lakukan pula pemilahan produk yang langsung harus dikirim (siap dikirim sesuai permintaan) maupun disimpan.
  Jangan lupa lakukan penyesuaian jumlah ketersediaan pada data katalognya.

- Pembelian dan Pemesanan Konsumen
  Ketika konsumen melakukan pemesanan produk khusus, tim menindaklanjuti dengan memberikan form pemesanan produk yang dilengkapi dengan syarat dan ketentuan proses pengerjaan produk dari aturan pendesainan, pelaksanaan pembuatan produk, hingga penyerahan produk kepada pemesan. Form juga dilengkapi dengan kolom dokumentasi persetujuan akan setiap proses pengerjaan produk serta perubahan tentang bentuk, material, ukuran, warna hingga harga.
  Dilakukan kesepakatan tertulis (menggunakan form yang ada) untuk setiap perubahan yang dilakukan secara visitasi maupun telewicara serta melakukan update infonya antara sales dengan divisi bengkel untuk kemudian dilakukan dokumentasi pada aplikasi CRM yang telah ditetapkan dan dipersiapkan oleh divisi IT.

---

[4] *Rantap : desain DIY dengan kombinasi material.*

- Perencanaan dan Pelaksanaan Kegiatan
  Setiap kegiatan bisa dilaksanakan setelah dilakukan kesepakatan melalui diskusi tim minimal 10 (sepuluh) hari kerja sebelum waktu pelaksanaannya, untuk bisa dilakukan cek kesiapan perlengkapan, pembagian tugas tim serta persiapan publikasinya baik di media sosial digital tim, situs resmi Kaliuda ataupun LineTone, kecuali dalam kondisi khusus sesuai arahan pimpinan perusahaan Kaliuda.
  Adapun contoh bentuk kegiatan yang memungkinkan untuk dilaksanakan:
  - Internal:
    - Promo **Potongan Harga** Pembelian Produk menggunakan **voucher belanja** yang disebar melalui; kemitraan penjualan (referral), tagar atau mention media sosial, maupun kupon kode matrik pada artikel LineTone yang membagikan unggahan pada story profil media sosial dan menunjukkannya saat melakukan pembayaran produk. Adapun kisaran besar potongan **maksimal 20 %** dari harga jual normal produk yang dibeli.
      Dokumentasikan untuk diunggah pada halaman media sosial digital Kaliuda dengan ucapan selamat dan terimakasih serta menandai ke akun media sosial pembelinya bila ada.
    - Paket **Bundling** dimana produk bundling sudah ditentukan atau bisa dipilih sendiri dari daftar pilihan yang sudah dipersiapkan, dengan kisaran **harga dasar** yang sama atau lebih murah dari keuntungan harga produk utamanya, serta merupakan produk sisa tanpa pasangan ataupun desain lama.
      Dalam pelaksanaan pemilihan bisa bebas langsung dipilih oleh pembeli maupun menggunakan gimik undian maupun ketangkasan melempar sasaran.
      Pelaksanaan pengambilan hanya bisa dilakukan setelah pelunasan pembayaran dan tidak boleh adanya pengurangan jumlah pembayaran baik diskon maupun penukaran produk utama yang nilai keuntungannya di bawah harga produk bundling yang dipilih.
    - **Kupon Belanja Elektronik** dengan 1 kode generate unik setiap kuponnya untuk pencegahan penggunaan ganda yang diberikan secara khusus melalui kegiatan sosial, pameran, maupun peringatan khusus seperti ulang tahun kemerdekaan, Natal, atau ulang tahun pelanggan baik secara langsung maupun **gift** (dijual dengan potongan **5 %** setiap kupon sebagai CSR) dengan nominal harga **Rp. 500 ribu** dan kelipatannya.

Dalam kondisi tertentu seperti ulang tahun Kaliuda, kupon belanja bisa disebarkan secara ganda dalam jumlah tertentu melalui situs resmi Kaliuda maupun LineTone sehingga sifatnya adalah 'siapa cepat dia dapat' sesuai penerimaan pembayaran oleh kasir. Sehingga untuk yang kurang beruntung karena terlambat untuk pemakaiannya masih bisa diarahkan menggunakan alat promosi lainnya (bundling ataupun voucher diskon 20%).

Dalam penggunaan kupon belanja, kelebihan nilai kupon atas total harga pembayaran **bersifat hangus** atau tanpa kebijakan pengembalian sisa nilai kupon dalam bentuk uang.

Jangan lupa melakukan pencoretan kode belanja yang telah dilakukan dari tabel untuk menghindari penggunaan ganda kupon.

- Eksternal:

  Tetap menerapkan gimik yang terdapat dalam kegiatan internal dalam rangka menjaring mitra pemasaran produk barang dan jasa maupun mitra produk baru untuk semakin melengkapi galeri produk barang dan jasa Kaliuda.

- Penentuan Harga

  Setiap harga produk tim Kaliuda baik yang berupa barang maupun jasa seharusnya memenuhi tingkat harga, sebagai berikut:

  - Harga **Modal** : adalah harga beli (barang dan pengiriman ke toko) ditambah ongkos kerja hingga finishing siap jual.
  - **HPP** : adalah harga pokok penjualan yang merupakan harga modal ditambah biaya kemasan serta pajak penjualan.
  - Harga **Dasar** : adalah harga jual terendah dari HPP ditambah keuntungan sebagai cadangan garansi produk untuk reseller grosir (distributor seperti urban leader) maupun partner companion dan partner project.[5]
  - Harga **Agen** : adalah harga jual di atas harga dasar untuk partner refer dan partner boutique serta merupakan harga promo kegiatan terendah.[6]
  - Harga **Jual** : adalah harga jual tertinggi pada penawaran.

  Dengan demikian, pembagian komisi bisa dengan jelas dan tegas sehingga tidak menjadi beban tawar broker.

  Khusus untuk harga proyek atau pembelian dalam jumlah banyak, bisa menggunakan skema harga agen maupun harga dasar bila subyek pelanggan telah melakukan kerjasama untuk beberapa kali.

---

[5] *Lihat Daftar Literasi : Kerjasama Kemitraan Penjualan.*
[6] *Lihat Daftar Literasi : Kerjasama Kemitraan Penjualan.*

- Publikasi:
  - **Internal**:

    Melalui pertemuan tim dan atau sesuai arahan dari pimpinan Kaliuda atas usulan dari staf/karyawan di lingkungan perusahaan, disusun sebuah rancangan infografis tentang kegiatan maupun penawaran produk menggunakan ukuran unggahan post maupun story Instagram dengan format redaksional:
    - **Judul** : sebagai tajuk kegiatan atau produk yang ditawarkan.
    - **Image** : ilustrasi kegiatan atau gambar produk yang ditawarkan.
    - **Info Awal** : keterangan tentang waktu dan lokasi pelaksanaan kegiatan atau deskripsi singkat tentang jenis, kategori serta material bahan produk yang ditawarkan.
    - **Brand & Kontak** : logo dan info kontak perusahaan (situs dan nomor telepon).
    - **QR Code** : Kode matrik tautan menuju ke halaman pada situs resmi Kaliuda yang berisi artikel informasi lengkap atau daftar kategori tentang infografis tersebut.

    Yang kemudian akan dibagikan kepada anggota tim untuk bisa dibagikan ke media sosial digital masing-masing serta disematkan dalam unggahan media sosial digital tim Kaliuda maupun di buletin LineTone serta cara kaki pada tanda tangan digital surat elektronik perusahaan.

  - **Mitra**:

    Ketika tim publikasi (LineTone) menerima dokumen pemasangan iklan, dilakukan pencatatan dan pengaturan jadwal tayang dalam sebuah tabel berdasarkan urutan sesuai dengan pelunasannya.

    Bila pemasang iklan memerlukan bantuan desain standar sederhana yang dikenakan tarif tambahan sesuai daftar paket pemasangan iklan, tim menindaklanjuti dengan mengirimkan form isian yang telah dipersiapkan oleh tim LineTone dengan bantuan divisi IT secara digital dan melakukan cek konfirmasi desain dahulu sebelum penayangannya.

    Kemudian tim mempersiapkan dan mengatur penempatan iklan sesuai daftar yang telah dibuat, serta menginformasikannya kepada pemasang iklan tentang lokasi dan waktu iklan akan ditayangkan melalui surat elektronik perusahaan dilengkapi dengan file kalendernya dalam format ics sebagai pengingat sekaligus pertanggungjawaban kepada pemasang iklan.

- Kerjasama Konsinyasi
    - Tim melakukan kurator (penilaian) terhadap produk mitra selayaknya ketika akan melakukan pembelian barang.
    - Membuat perjanjian tertulis tentang kesepakatan kerjasama dalam rincian hak dan kewajiban yang harus dikonfirmasi oleh mitra produk.
    - Melakukan dokumentasi produk dan mempersiapkannya untuk bisa ditawarkan kepada pasar seperti pada langkah produk stok.
- Penyelesaian Klaim
    - Pelayanan paska penjualan setiap produk Kaliuda dilakukan sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku pada setiap produk seperti yang telah ditetapkan perusahaan.
    - Perselisihan tentang kondisi produk dilakukan sesuai catatan konfirmasi tamu yang terdapat pada form proses produksi maupun data dokumen lainnya.
    - Klaim dalam kondisi normal atas wanprestasi penyedia produk dilakukan sesuai dengan dokumen perjanjian tertulis mitra dengan jeda pelaksanaan paling lambat 1 (satu) minggu kalender untuk penyelesaian barang dan 30 (tiga puluh) hari kalender untuk penyelesaian keuangan. Jika terjadi kendala extraordinary, maka harus dilakukan kesepakatan bersama antara konsumen, Kaliuda dan mitra penyedia produk paling lambat 3 (tiga) hari setelah kejadian luar biasa tersebut atau dengan normatif ASAP.

Tinjauan Ekonomi

Semua penjelasan di atas adalah sebuah paket yang saling terikat dan saling mempengaruhi. Jadi setiap komponen memiliki andil satu dengan yang lainnya dan tidak bisa dilakukan sebagian saja atau tidak lengkap. Lalu apa yang akan bisa dicapai dengan pelaksanaannya secara utuh dapat dipaparkan sebagai berikut:

- Marketing

  Melalui pemanfaatan teknologi digital, maka **alur kerja akan lebih sederhana dan makin cepat** karena pengaplikasian sistem data informasi dalam komunikasi antar bagian pada tim kerja maupun antara perusahaan dengan mitra serta konsumen, yang akan **memangkas biaya** operasional. Sistem alur kerja inipun akan **mengurangi resiko kelalaian** delegasi tugas maupun tindak lanjut layanan informasi terkini tentang progres pengerjaan produk yang dibeli karena adanya pencatatan secara otomatis pada setiap komunikasi yang terjadi.

  Dan pada era sosial digital ini, juga akan memberikan **peluang tanpa batas** akan waktu, jarak serta bahasa dalam penawaran produk perusahaan kepada **pasar secara global**. Tentunya ini akan sangat berpengaruh pada biaya operasional juga selain kecepatan respon akan setiap kondisi yang timbul. Perusahaan tidak perlu lagi membentuk tim **pemasaran** yang selalu siap **24 jam** dalam rangka melayani perbedaan jam aktif konsumen yang berada di belahan dunia manapun. Perusahaan tidak perlu lagi menyiapkan alat bantu penjualan yang banyak bagi setiap individu dalam tim pemasaran. Artinya **stres konflik** karyawan bisa dikurangi dengan jumlah personil yang lebih ringkas, biaya operasional personal maupun divisi akan lebih berkurang, efisiensi waktu kerja individu akan lebih optimal dalam menangkap dan melayani konsumen, lebih mudah, cepat juga murah dalam penyampaian informasi penawaran terkini dari setiap produk perusahaan, hingga **kecilnya biaya investasi** perluasan jangkauan pasar melalui kemitraan penjualan sebagai **perwakilan perusahaan** secara on-site dan bekerja secara **tatap muka** sesuai waktu aktif konsumen lingkungan pasar tertuju.

  Sistem informasi digital ini juga memungkinkan lebih **transparannya aktivitas** tim internal maupun mitra penjualan kepada konsumen serta mitra penyedia produk, sehingga **memudahkan pengawasan** oleh perusahaan. Transparansi pencatatan aktivitas ini juga akan memudahkan **penyelesaian perselisihan** yang sekiranya dapat timbul serta diklaim oleh dan kepada perusahaan.

  Dengan kata lain, kuncinya adalah *melalui biaya yang hemat dan efisien waktu, jangkauan pemasaran bisa optimal*.

- Pendapatan

  Dari paparan sebelumnya, sudah menunjukkan potensi keuntungan yang lebih mengingat banyaknya **biaya yang bisa dihemat**, baik investasi, operasional, maupun kerugian akibat klaim garansi. Lalu apa lagi yang bisa dioptimalkan dari penerapan sistem alur kerja yang kita pelajari di atas? Mari kita bedah lebih rinci lagi. Dengan adanya optimalisasi kerja individu terutama dari tim pemasaran, baik secara internal maupun kemitraan penjualan, sangat jelas berdampak pada **jangkauan layanan** secara area lokasi maupun **kecepatan tindakan** kepada setiap kebutuhan pelanggan. Jadi secara daya jelajah dan kenyamanan konsumen bisa membuat ekspansi kepercayaan kepada perusahaan semakin mempengaruhi ruang alasan kepuasan semakin banyak, hingga pada akhirnya memperbesar opini **brand image** setiap produk perusahaan Kaliuda. Dan ini tentu saja akan membuat **resistensi produk** dari produk pesaing semakin besar yang tentunya akan membuat kepastian pergerakan roda usaha perusahaan juga akan semakin kuat. Dan kunci semua itu adalah kepada **sistem kemitraan**, baik secara pemasaran maupun pemasok produk, yang rapi **terkendali** secara catatan aktivitas maupun data informasi terkini akibat dari pengaplikasian teknologi digital yang tepat serta optimal dalam sistem ini. Perusahaan akan bisa **tumbuh wajar** mengikuti setiap perubahan perilaku dan alur pasar **tanpa terbebani** dengan usaha untuk menjaga kinerja setiap unit sayap usaha yang ada karena dapat tetap bisa **fokus** kepada **satu inti usaha** saja. Unit-unit sayap usaha **tidaklah perlu terbeban dengan target pendapatan** yang menguntungkan, namun fokus bagaimana memaksimalkan layanan sebagai nilai tambah produk utama perusahaan Kaliuda dengan memanfaatkan divisinya sebagai unit kerja yang mampu **memenuhi biaya operasional sendiri**. Atau dengan kata lain, divisi Uma Adi Selaras dan LineTone hanya harus **siap perlengkapan perang**; dari daftar harga paket, syarat dan ketentuan, hingga berkas isian serta tabel catatan, tanpa harus aktif berperang mengejar target kuantitatif bulanan, tapi cukup **menawarkannya melalui tautan** pada media digital resmi perusahaan maupun pada kesempatan pelaksanaan kegiatan promosi perusahaan, baik secara **lisan** maupun secara pasif dengan memasang **infografis berkode matrik** menuju halaman terkait secara online.

Jadi yang bisa disimpulkan dari paparan tentang **Penerapan Teknologi Informasi Digital Dalam Alur Kerja Pada Perusahaan Kaliuda** sejauh ini adalah:

- [ ] Sudah semestinya dilakukan dalam rangka menyesuaikan diri dengan kondisi tuntutan usaha saat ini.

- ☐ Sangat memungkinkan dengan tim yang sudah terbentuk dan melakukan rutinitas kegiatannya sebagai bagian dari tugas hariannya.
- ☐ Segera bisa dilakukan tanpa perlu menunggu kesempatan waktu dan pengadaan investasi secara khusus.
- ☐ Tidak akan mengubah tugas individu secara prinsipil dan malah akan memudahkan penyelesaian tugas serta alur koordinasi antara individu di internal divisi maupun koordinasi dengan individu di lintas divisi yang lain.
- ☐ Memungkinkan pembentukan karakter kerja secara autonomous pada setiap perombakan tim maupun regenerasi kepemimpinan perusahaan.
- ☐ Memudahkan perancangan serta penerapan upgrade sistem dan kebijakan perusahaan lainnya.
- ☐ Memudahkan pengendalian secara penuh atas kemungkinan konflik yang mungkin bisa terjadi baik dalam sistem operasional perusahaan maupun dengan pihak mitra dan konsumen.

Perusahaan akan tumbuh secara sehat dan tidak perlu melakukan perubahan inti usaha dalam melalui setiap tantangan kondisi yang dapat terjadi di pasar baik karena faktor produk sejenis dari pesaing, bencana maupun perubahan kebijakan pemerintah.
Kuncinya: setiap unit usaha baru yang kemudian akan dibangun harus memiliki benang merah yang cukup kuat relevansinya untuk memperkuat kinerja bisnis utama Kaliuda. Jangan sampai terjebak untuk melakukan investasi usaha di luar garis paparan fungsi dari produk utama inti usaha Kaliuda, yang akan membuat pecahnya fokus usaha dan pada akhirnya memunculkan beban tanggung jawab yang saling bertumbukan. Selalu gunakan rumus mencari komponen yang memperkecil biaya operasional maupun komponen yang vital digunakan dalam pelayanan produk Kaliuda.

Pedoman Penyusunan

Akhirnya kita sampai kepada catatan akhir dari buku ini. Bukan sekedar karena letaknya di bagian belakang, hingga pernyataan berikut saya jadikan sebagai latar belakang penulisan buku ini. Namun juga mungkin sebagai upaya terakhir saya untuk menyampaikan pesan kepada anak-anak saya tersayang dan juga anugerahNya yang terindah dalam perjalanan hidup saya, Fenny Laurens. Inilah yang sejak awal era baru Kaliuda menjadi inti dari apa yang ingin saya bagikan, tongkat estafet akan sebuah mimpi yang sejak Tuhan pertemukan saya dengan Fenny Laurens. Bekal kemandirian bagi anak-anak, baik Thalia Lawrence, Nathania Lawrence maupun Dea Arianti Prabaningtyas serta Priska Dwi Kurniasari, selagi kami masih diberi waktu untuk mendampingi mereka agar dalam proses pembelajaran ketika ada kendala kami bisa menuntunnya mencari solusi terbaik. Karena menurut saya,

mereka tidaklah harus memulai dari nol, sedangkan kamu sudah dilewatkan banyak pembelajaran hidup. Menurut saya, mereka sudah selayaknya bisa terbang bebas melakukan ide serta gagasan sesuai dengan jiwa kritisnya dan setinggi mimpi mereka. Saya, dan Fenny, hanyalah perlu menyiapkan jalan maupun pribadi mereka dengan perlengkapan 'perang'nya, secara mental, ketangguhan, juga cara melogika mencari solusi dari setiap keadaan yang bisa terjadi.

Ini adalah sebuah contoh paket sistem, bukan sebuah contoh opsi pilihan. Jadi, seyogyanya dipahami benar akan bentuk, alur dan landasannya sebagai komponen pembentuk parameternya. Karena ini bukan halnya racikan, yang tak akan menghasilkan sesuatu yang diharapkan bila ada yang tidak dipenuhi. Namun ini lebih sebagaimana sebuah mesin, dimana setiap bagian terkecilnya saling mempengaruhi. Bila kondisinya belum mencapai yang ideal, hanya akan mempengaruhi kecepatan mesin bekerja. Dan bila sebuah komponen ditiadakan, maka mesin akan tidak dapat digunakan. Dan karena ini sebuah mesin, setiap komponen bisa disesuaikan untuk meningkatkan performanya.

Atau mudahnya, bayangkan kita membeli kendaraan, parameter yang harus ada bukan sekedar kelengkapan bagian dari kendaraan tersebut sebagai benda seperti rem, lampu parkir, atau spion tengah, namun juga harus diperhatikan surat-suratnya, apakah lengkap, asli dan masih berlaku. Namun kita juga bisa ubah rodanya menjadi lebih sporty, spion nya lebih vintage, kursinya menggunakan material karet anyam, atau menambahkan sistem GPS yang canggih, yang tetap harus disesuaikan dengan peraturan resminya.

Demikian buku ini disusun sebagai jejak kasih saya kepada kalian. Pipi, om, tak punya harta benda yang bisa kalian warisi, namun Tuhan sudah menitipkan anugerah pengalaman dan ilmu untuk kalian kepada pipi sekalipun mungkin kalian tidak berkenan membaca buku ini.

Teriring doa sejahtera dan syukur atas pertambahan usia wanitaku.

Berkembanglah secara merdeka tanpa penyesalan dan syukuri mimpi-mimpi kalian yang telah Tuhan persiapkan tepat pada waktuNya. Doa ku untuk wanita dan anak-anak ku.

#ingatpesanpipi

1972 - 2021

7 September

Daftar Literasi

Tumblr : **Beban Generasi Pewaris.**

Kerjasama **Kemitraan Penjualan.**

Rantap : desain DIY dengan kombinasi material.

Apk:

- Google Drive (Docs, Sheets, Form, Sites, Slide)
- Google Calendar
- Google Mail
- **Full GMail CRM**
- **Accounting with G Suite**
- WhatsApp Business
- Facebook Business Manager
- **Google Books**

Kosakata:

Autonomous : proses yang berjalan secara otomatis dan berkelanjutan dengan aliran data informasi yang tercatat dan menggunakan parameter yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Domain & ***Subdomain*** ; bagian dari penamaan alamat situs web.

Gimik : pemanfaatan kemasan, tampilan, alat tiruan, serangkaian adegan untuk mengelabuhi, memberikan kejutan, menciptakan suatu suasana, atau meyakinkan orang lain. Dalam dunia penjualan, gimik menjadi salah satu strategi pemasaran suatu produk meski tidak penting secara fungsional dengan menggunakan cara-cara yang tidak biasa agar cepat dikenal dan banyak diminati.

Key Performance Indicators Sales : metrik finansial ataupun non-finansial yang digunakan untuk membantu suatu perusahaan menentukan dan mengukur kemajuan terhadap sasaran pemasaran dan memiliki pola berbeda tergantung sifat dan strategi perusahaan. Dengan kata lain merupakan bagian kunci suatu sasaran terukur yang terdiri dari arahan, sistem alur kerja, tolok ukur, target, serta kerangka waktu.

Parameter : karakteristik yang dapat membantu dalam mendefinisikan atau mengklasifikasi tertentu sistem (yang berarti sebuah acara, proyek , objek, situasi, dll).

Sayap Usaha : perusahaan yang merupakan bagian dari sebuah perusahaan utama, hampir mirip dengan anak perusahaan.